

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра истории журналистики и менеджмента СМИ

ГУСЕВА
Вера Сергеевна

НОВЕЙШИЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЭНДА
«СБ. БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ»

Аннотация к дипломной работе

Научный руководитель –
доцент кафедры истории
журналистики и
менеджмента СМИ
Е. П. Береснева

Минск, 2015

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 55 страницы, 22 источника, 2 сравнительные таблицы, 4 иллюстрации, 5 приложений.

Перечень ключевых слов: НОВЕЙШИЕ ТЕХНОЛОГИИ, БРЭНД, БРЭНДИНГ, РЕДАКЦИЯ СМИ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ОСОБЕННОСТИ БРЭНДА СМИ.

Объект исследования – отдел развития редакции газеты «СБ. Беларусь Сегодня».

Предмет исследования – новейшие технологии и стратегии, которые используются для продвижения сформированного бренда на рынок СМИ.

Цель данной работы – рассмотреть феномен брендинга и его технологий в контексте продвижения уже сформированного бренда как пример успешного брендинга среди средств массовой информации, которые распространяются в Республике Беларусь.

Методы исследования: общенаучные – анализ, классификация, обобщение, частные – наблюдение за работой отдела развития, сравнение и изучение плана подписной кампании.

Полученные результаты и их новизна. Новизна данной работы в том, что изучаются новейшие технологии продвижения именно конкретного белорусского бренда СМИ – газеты «СБ. Беларусь Сегодня». Благодаря сотрудничеству с отделом развития газеты успешно изучены маркетинговые ходы, которые благотворно влияют на становление и развитие бренда. Также ознакомлены с деятельностью, которую целенаправленно осуществляют сотрудники отдела развития, способствуя брендингу высокого уровня.

Практическая значимость данного исследования заключается в изучении феномена брендинга и его технологий в контексте продвижения уже сформированного бренда как явление успешного продвижения печатного издания на белорусском рынке. Это значимо тем, что рынок Беларуси имеет определенные особенности, которые необходимо учитывать при продвижении своего товара, особенно такого, коим являются информационные услуги.

Автор работы подтверждает достоверность информации и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца змяшчае: 55 старонак, 22 крыніцы, 2 параўнальныя табліцы, 4 ілюстрацыі, 5 дадаткаў.

Пералік ключавых слов: НАЙНОЎШЫЯ ТЭХНАЛОГІІ, БРЭНД, БРЭНДЫНГ, РЭДАКЦЫЯ СМІ, АСАБЛІВАСЦІ БРЭНДА СМІ.

Аб'ект даследавання – аддзел развіцця рэдакцыі газеты «СБ. Беларусь Сёння».

Прадмет даследавання – найноўшыя тэхналогіі і стратэгіі, якія выкарыстоўваюцца для прасоўвання сфармаванага брэнда на рынак СМІ.

Мэта дадзенай працы - разгледзець феномен брэндынгу і яготэхналогій у кантэксце прасоўвання ўжо сфармаванага брэнда як прыклад паспяховага брэндынгу сярод сродкаў масавай інфармацыі, якія распаўсюджваюцца ў Беларусі.

Метады даследавання: агульнанавуковыя - аналіз, класіфікацыя, абагульненне, прыватныя - назіранне за працай аддзела развіцця, параўнанне і вывучэнне плана падпісной кампаніі.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Навізна дадзенай працы ў тым, што вывучаюцца найноўшыя тэхналогіі прасоўвання менавіта канкрэтнага беларускага брэнда СМІ - газеты «СБ Беларусь Сёння». Дзякуючы супрацоўніцтву з аддзелам развіцця газеты паспяхова вывучаны маркетынгавыя хады, якія дабратворна ўплываюць на станаўленне і развіццё брэнда. Таксама азнаёмы з дзейнасцю, якую мэтанакіравана ажыццяўляюць супрацоўнікі аддзела развіцця, спрыяючы брэндынгу высокага ўзроўню.

Практычная значнасць дадзенага даследавання заключаецца ў вывучэнні феномену брэндынгу і яго тэхналогій у кантэксце прасоўвання ўжо сфармаванага брэнда як з'ява паспяховага прасоўвання друкаванага выдання на беларускім рынку. Гэта значна тым, што рынак Беларусі мае пэўныя асаблівасці, якія неабходна ўлічваць пры прасоўванні свайго тавару, асабліва такога, якім з'яўляюцца інфармацыйныя паслугі.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць інфармацыі і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

RESUME

Graduation work contains 55 pages, 22 source, 2 comparative tables, 4 illustrations, 5 applications.

List of key words: LATEST TECHNOLOGY, BRAND, BRANDING, MEDIA OUTLET, PROMOTION, FEATURES BRAND MEDIA.

The object of study - the development department of the newspaper "SB. Belarus Today".

Subject of research - the latest technologies and strategies that are used to promote the brand in the market generated media.

The purpose of this work - consider the phenomenon of branding and technology in the context of promoting the brand already formed as an example of successful branding to the media, which are distributed in the Republic of Belarus.

Methods: general scientific - analysis, classification, generalization, private - supervise the work of the department, and a comparison study of the plan subscription campaign.

The results and their novelty. The novelty of this work is that we study the latest technology advancement is a particular brand of Belarusian mass media - newspaper "SB. Belarus Today". Through collaboration with the development department of the newspaper successfully studied marketing courses that are beneficial to the formation and development of the brand. Also aware of the activities that purposefully carried out by employees of the development department, contributing to a high level of branding.

The practical significance of this study is to examine the phenomenon of branding and technology in the context of promoting the brand has generated the phenomenon of successful promotion of publications in the Belarusian market. It is significant that the Belarusian market has certain characteristics that must be considered when promoting its product, especially one which is the information services.

Author work confirms the authenticity of the information and results of the thesis, as well as the independence of its implementation.